

مدیریت استراتژیک



نویسنده

Fred R. David • Forest R.
David

مترجم

آلا بحرانی

مدیریت استراتژیک

مفاهیم و موارد

ویرایش پانزدهم

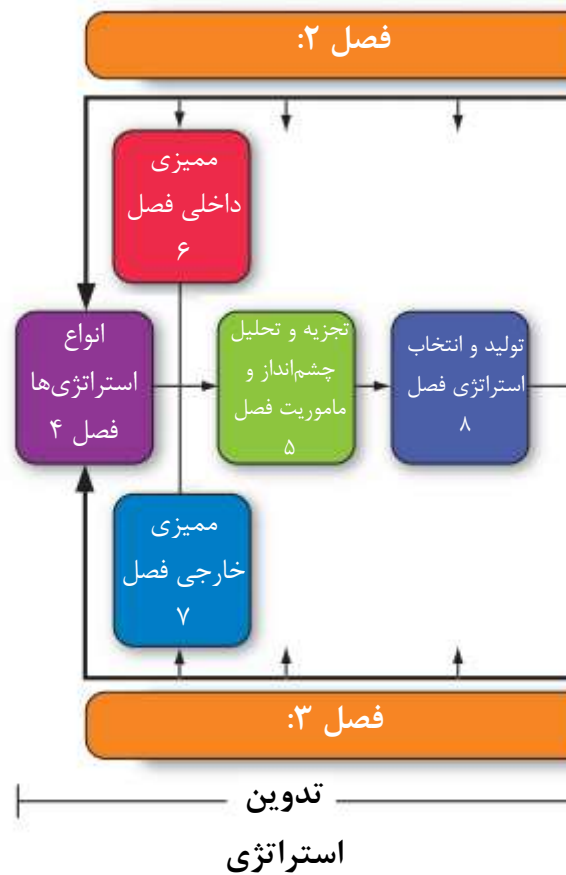
نوشته شده توسط دکتر Fred R. David • Forest R. David

مترجم: آلا بحرانی

هرگونه تکثیر، اسکن یا کپی برداری از تمام یا بخشی از مطالب این کتاب حتی با ذکر منبع، بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است و پیگرد قانونی دارد

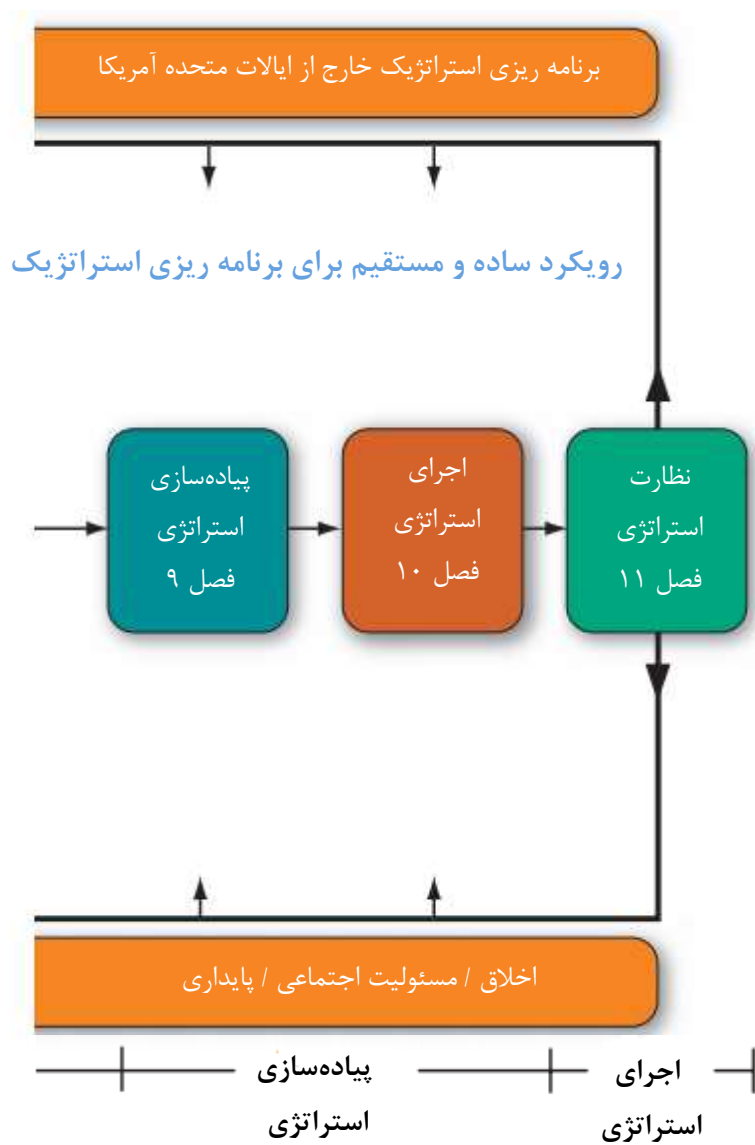
- **برنامه درسی** — به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا یک درک پایه از مفاهیم کلیدی پیدا کنند. دانش‌آموزان با فهمیدن مفاهیم پایه می‌توانند از مفاهیم کلیدی استفاده کنند، آن‌ها بر اساس حوزه‌هایی که می‌توانند از مطالعه و تمرین اضافی بهره‌مند شوند، یک مسیر مطالعه شخصی با توجه به توانایی خود را دریافت می‌کنند.
- **تجارت روز** — با فیلم، بحث و سوال، کلاس خود را پویا نگه دارید، همچنین وبلاگ نویسندگان را بررسی کنید این بخش روزانه به روز می‌شود.
- **شبیه‌سازی تصمیم‌گیری** — دانش‌آموزان خود را در نقش یک تصمیم‌گیرنده اصلی قرار دهید، جایی که از آن‌ها خواسته می‌شود یک سری تصمیمات بگیرند. شبیه‌سازی بر اساس تصمیمات دانش‌آموزان تغییر کرده و منشعب می‌شود، و تنوعی از مسیرهای سناریو را ارائه می‌دهد. پس از اتمام هر شبیه‌سازی، دانش‌آموزان یک نمره و همچنین یک گزارش دقیق از انتخاب‌هایی که در طول شبیه‌سازی انجام داده‌اند و عواقب ناشی از آن تصمیمات، دریافت می‌کنند.
- **ماژول‌های مطالعه پویا** — از طریق یادگیری انطباقی، دانش‌آموزان، راهنمایی شخصی‌سازی شده را در هر کجا و هر زمانی که بیش‌تر به آن نیاز دارند، ایجاد تعامل بیش‌تر، بهبود حفظ دانش و حمایت از تسلط بر موضوعات کسب می‌کنند. در نهایت، اعتماد به نفس دانش‌آموزان افزایش می‌یابد و نتایج آن‌ها بهبود می‌یابد. همچنین از طریق دستگاه‌های تلفن همراه در دسترس است.
- **فضای نوشتن** — نویسندگان بهتر، شاگردان ماهری را تربیت می‌کنند - که در دوره‌های خود عملکرد بهتری دارند. فضای نوشتن با ارائه یک مکان واحد برای توسعه و ارزیابی تسلط بر مفهوم و تفکر انتقادی، ایجاد تکالیف نوشتاری رتبه‌بندی شده و ایجاد شده توسط خود را ارائه می‌دهد و به شما امکان می‌دهد بازخورد شخصی با دانش‌آموزان را به سرعت و به راحتی مبادله کنید

مدل جامع از



به طور گسترده در میان کسب و کارها و دانشگاهیان در سراسر جهان استفاده می‌شود

فرآیند مدیریت استراتژیک



همه متن های این فصل برای یکپارچگی و سازماندهی استفاده می شود

سردبیر: Stephanie Wall

سرپرست مدیریت برنامه: Ashely Santora

مدیر برنامه: Sarah Holle

دستیار تحریریه: Bernard Ollila

رئیس کسب دارایی یادگیری، نسخه‌های جهانی: Laura Dent

ویرایشگر ارشد خریده‌ها، نسخه‌های جهانی: Steven Jackson

ویرایشگر پروژه، نسخه‌های جهانی: Laura Thompson

دستیار ویرایشگر پروژه، نسخه‌های جهانی: Paromita Banerjee

مدیر بازاریابی: Maggie Moylan

مدیر ارشد بازاریابی: Erin Gardner

کنترل‌کننده ارشد تولید، نسخه‌های جهانی: Trudy Kimber

سرپرست مدیریت پروژه: Judy Leale

مدیر پروژه: Ann Pulido

متخصص تدارکات: Michelle Klein

مدیر هنری، داخلی: Kenny Beck

طراح، داخلی: Laura Ierardi

مدیر خلاق، جلد: Jayne Conte

طراح، جلد: Bruce Kenselaar

تصویر روی جلد: © Nonnakrit/Shutterstock

معاون، مدیر استراتژی و ارزیابی دیجیتال: Paul Gentile

ویرایشگر دیجیتال: Brian Surette

مدیر توسعه دیجیتال: Robin Lazrus

مدیر پروژه دیجیتال: Alana Coles

مدیر محصولات **MyLab**: Joan Waxman

مدیر پروژه تولید دیجیتال: Lisa Rinaldi

مدیر تولید رسانه، نسخه‌های جهانی: Vikram Kumar

مدیریت و ترکیب کامل پروژه: Integra

اعتبارات و تقدیرنامه‌ها که از منابع دیگر برگرفته شده و با اجازه در این کتاب درسی در صفحه مناسب متن نمایش داده شده است.

Microsoft® و Windows® علائم تجاری ثبت شده شرکت مایکروسافت در ایالات متحده آمریکا و سایر کشورها هستند. عکس‌های صفحه و نمادها با اجازه از شرکت مایکروسافت چاپ مجدد می‌شوند. این کتاب توسط شرکت مایکروسافت پشتیبانی یا تایید نشده است.

Pearson Education Limited

Edinburgh Gate

Harlow

Essex CM20 2JE

انگلستان

و شرکت‌های وابسته در سراسر جهان

از ما در شبکه جهانی وب به آدرس زیر بازدید کنید:

www.pearsonglobaleditions.com

حقوق Fred R. David و Forest R. David که به عنوان نویسندگان این اثر شناخته می‌شوند مطابق با کپی رایت، قانون طراحی و ثبت اختراع ۱۹۸۸ توسط آن‌ها بیان شده است.

اقتباس مجاز از چاپ ایالات متحده، تحت عنوان مدیریت استراتژیک: رویکرد مزیت رقابتی، مفاهیم و موارد، چاپ پانزدهم، ISBN 978-0-13-344479-7 توسط Fred R. David و Forest R. David، که توسط Pearson Education © 2015 منتشر شده است.

کلیه حقوق محفوظ است. هیچ بخشی از این نشریه بدون اجازه کتبی قبلی ناشر یا مجوز اجازه نسخه‌برداری محدود، قابل تولید یا ذخیره در سیستم بازیابی یا انتقال به هر شکلی یا به هیچ وجهی، الکترونیکی، مکانیکی، فتوکپی، ضبط یا سایر موارد در انگلستان که توسط سازمان حق چاپ مجوز با مسئولیت محدود، خانه Saffron ، خیابان Kirby ۱۰-۶، EC۱N ۸TS لندن صادر شده نیست.

کلیه علائم تجاری مورد استفاده در این مقاله متعلق به صاحبان مربوطه می‌باشند. استفاده از هرگونه علامت تجاری در این متن هیچ گونه حق مالکیت علامت تجاری در این گونه علائم تجاری را به نویسنده یا ناشر نمی‌دهد و همچنین استفاده از این علائم تجاری به معنای وابستگی یا تایید این کتاب توسط صاحبان آن نیست.

ISBN ۱۰: ۱-۲۹۲-۰۱۶۸۹-۲

ISBN ۱۳: ۹۷۸-۱-۲۹۲-۰۱۶۸۹-۴

داده‌های انتشار فهرست کتابخانه بریتانیا

سابقه فهرست این کتاب از کتابخانه بریتانیا موجود است

۱ ۰ ۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱

حروفچینی ۱۰/۱۲ برابر LT Std توسط Integra

توسط Courier Kendallville در ایالات متحده آمریکا چاپ و آماده شد

پیشگفتار.....	۱۱
تقدیر و تشکر	۳۴
درباره نویسندگان	۳۷
فصل ۱: موارد ضروری مدیریت استراتژیک	۳۸
فصل ۲: برنامه ریزی استراتژیک خارج از ایالات متحده آمریکا.....	۳۸
فصل ۳: اخلاق / مسئولیت اجتماعی / پایداری	۳۸
فصل ۴: انواع استراتژی ها	۳۸
فصل ۵: تحلیل چشم انداز و مأموریت	۳۸
فصل ۶: ممیزی داخلی	۳۸
فصل ۷: ممیزی خارجی	۳۸
فصل ۸: آموزش تدوین و انتخاب استراتژی.....	۳۸
فصل ۹: پیاده سازی استراتژی	۳۸
فصل ۱۰: اجرای استراتژی	۳۸
فصل ۱۱: نظارت استراتژی.....	۳۸
ضمیمه ۱	۳۸

خوشامد گویی و تشکر از فارست عزیز:

- برای پیوستن به من به عنوان همکار در این چاپ پانزدهم
- برای تهیه کتابچه راهنمای مراجع برای این کتاب درسی و پنج نسخه قبلی.
- برای انتشار بسیاری از مقالات و مقاله‌های مدیریت استراتژیک متعلق به من و نویسندگان دیگر
- برای مشاوره عاقلانه شما در مورد مدیریت استراتژیک طی سالیان متمادی که این کتاب درسی تکامل یافته است.
- برای کمک به دانشجویان در طی این سال‌ها از طریق انجمن استراتژی (www.strategyclub.com)
- که هم اکنون قالب دانشجویی Excel رایگان شما را نیز ارائه می‌دهد.
- برای تهیه تست برجسته Case MyLab برای این نسخه.
- برای تهیه دفترچه راهنمای فصل برای این نسخه.